DIGITAL CONTENT EXPERT

LES 10 BONNES PRATIQUES POUR ÉCRIRE DU CONTENU SUR LE WEB

10 choses à savoir avant d'écrire du contenu pour le Web

Tentative de réponse avec 10 bonnes idées pour intéresser à la fois le lecteur et le bot de Google.

Il y a encore un an, l'écriture pour le Web et celle d'un article traditionnel différaient radicalement. Avec les corrections apportées par Google à son algorithme Colibri, la première se rapproche de plus en plus de la seconde. La sur-optimisation SEO disparue, il faut donc s'intéresser au lecteur et à ses habitudes de lecture en ligne tout en ne perdant pas de vue quelques concepts de base du positionnement.

REVUE DES TROUPES

1 INTÉRESSER LE LECTEUR PAR LA DIVERSITÉ DES CONTENUS

Le lecteur fidèle participe au positionnement du site par ses visites, le diffuse au gré de ses partages et devient rapidement un client potentiel.

Il faut donc alterner le contenu d'actualité (news, communiqué de presse, analyse d'un événement, etc.) et les articles à la permanence plus importante (mode d'emploi, tutoriel, trucs et astuces etc.).

Toujours proposer un contenu de qualité

RESPECTER LES RÈGLES DE BASE DE L'ÉCRITURE 2

LA RÈGLE DES 5W

Écrire n'est pas sorcier encore faut-il respecter

S'il s'agit d'une technique journalistique, elle marche tout à fait pour les tutoriels ou les trucs et astuces. Dans ce cas, tout ne sera pas inscrit dans l'article, mais l'auteur devra se poser les 5 questions pour savoir si son texte répond à une problématique utile.

- QUI ?
- QUOI ?
- OÙ ?
- QUAND ?
- POURQUOI ?

3 BIEN CHOISIR LE TITRE

QUI S'AFFICHE LORS DU RÉSULTAT D'UNE RECHERCHE

UN TITRE ACCROCHEUR <title>

- Il correspond à la balise Title
- Il doit être simple et efficace
- Il ne doit pas dépasser **50** à **60** signes

RENSEIGNER LA MÉTA DESCRIPTION 4

LE RÉSUMÉ VISIBLE DE VOTRE ARTICLE >

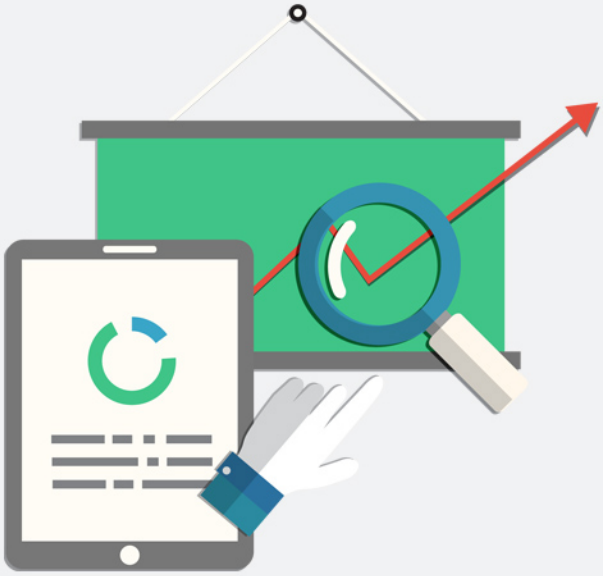
Elle apparaît dans la recherche Google et explique à l'internaute ce qu'il va trouver dans l'article.

Elle doit intéresser le lecteur rapidement et expliquer ce qu'il trouvera dans l'article.

Si elle a perdu toute fonction en termes de positionnement, elle s'affiche toujours au bas du titre dans les résultats de recherches.

Tout cela en 156 signes !

5 UNE BELLE STRUCTURE ET DES BALISES



BIEN STRUCTURER SON ARTICLE

Cela rendra sa lecture plus facile et permettra au bot de Google de l'indexer plus efficacement

Le titre **H1** de l'article, différent de celui de la balise **TITLE**, qui s'affiche au début de l'article. Il est possible d'utiliser des **synonymes** ou de varier l'ordre des mots. Le **mot clé principal** s'y trouve de préférence.

L'introduction et une conclusion.

<>

Les paragraphes précédés de **sous-titres** dans des balises **H2**, contenant les **mots clés** secondaires.

DES MOTS CLÉS BIENS CHOISIS 6

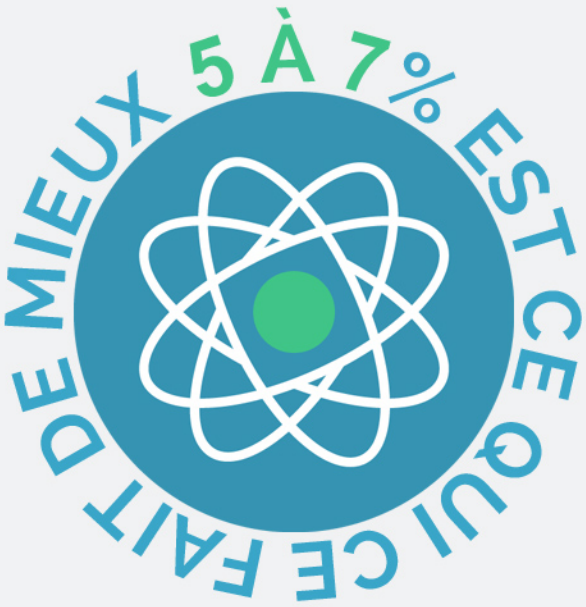
ILS SONT OBLIGATOIRES

Google en a besoin pour créer la carte sémantique du site

Il faut absolument éviter leur intégration alambiquée, car le lecteur s'en apercevra immédiatement et pourra évaluer négativement le contenu proposé.

Il était conseillé de les mettre en gras pour qu'ils soient repérés par le bot. Cela n'est plus nécessaire ou servira seulement à indiquer les parties les plus importantes au lecteur.

7 UNE DENSITÉ DE MOTS CLEFS APPROPRIÉS



Cela correspond au nombre d'occurrences d'un mot clé en fonction de la longueur totale de l'article.

DEUX ÉCOLES S'AFFRONTENT SUR CE POINT

- Écrire sans se soucier des occurrences et ce pourcentage sera atteint naturellement.
- Utiliser un module permettant de savoir le nombre d'occurrences et remplacer le mot clé par des synonymes pour ne pas craindre la sur-optimisation lorsque le pourcentage critique est atteint.

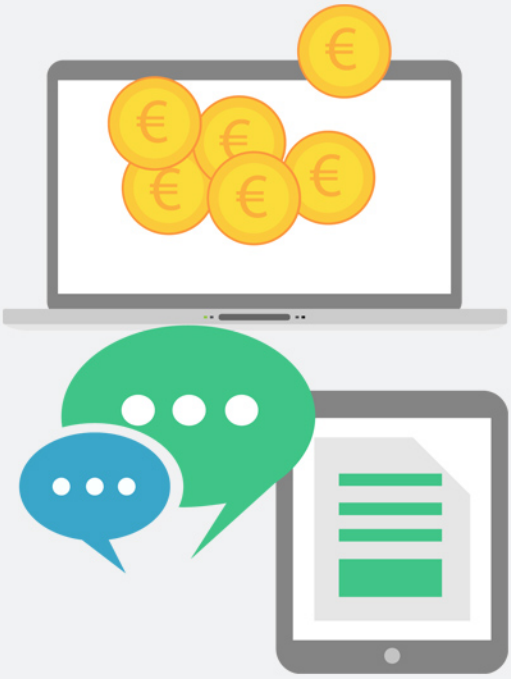
RESPECTER LE CHAMP LEXICAL DES MOTS CLEFS 8

FAIRE SIMPLE ET EFFICACE

Le bot n'étant pas encore en mesure de postuler à l'Académie Française

Il vaut mieux éviter les envolées lyriques.
Toujours penser simple et efficace : « L'homme qui murmurait à l'écorce des arbres », sera remplacé par : « Le menuisier ».

9 LES LIENS ET RÉFÉRENCES



L'HONNÊTETÉ PAIE SUR LE NET

Le fait de renvoyer vers le site d'où vous trouvez l'information est valorisé par Google (pour peu que le site jouisse d'une bonne réputation).

Il faut néanmoins éviter les ancres du style « ici » ou « voyez par-là ».
La présence d'un mot-clé ou d'une expression résumant le lien est ce qu'il se fait de mieux.
On n'oubliera pas non plus d'interconnecter les différents contenus d'un site Web.

PAS DE PLAGIAT 10

NON AU DUPLICATE CONTENT

Le plagiat est idéal pour que Google mette un site au pilori.

Eviter la réécriture basique d'article, Google ne s'y trompe pas.

En mettant en œuvre ces **dix techniques** de base, la **qualité rédactionnelle** et **SEO** de votre contenu sera sauve !

DIGITAL CONTENT EXPERT

Florian BILLAUD
Directeur Production
florian@digital-content-expert.com